

P/1929-81

JC978 U.S. PTO
09/847701
05/02/01

日 本 国 特 許 庁

PATENT OFFICE
JAPANESE GOVERNMENT

別紙添付の書類に記載されている事項は下記の出願書類に記載されている事項と同一であることを証明する。

This is to certify that the annexed is a true copy of the following application as filed with this Office.

出 願 年 月 日

Date of Application:

2000年 5月 8日

出 願 番 号

Application Number:

特願2000-134419

出 願 人

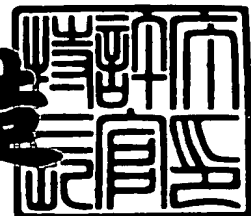
Applicant (s):

日本電気株式会社

2001年 3月30日

特許庁長官
Commissioner,
Patent Office

及川耕造



出証番号 出証特2001-3024805

【書類名】 特許願

【整理番号】 68501826

【提出日】 平成12年 5月 8日

【あて先】 特許庁長官殿

【国際特許分類】 G06F 15/00

【発明者】

 【住所又は居所】 東京都港区芝五丁目 7 番 1 号 日本電気株式会社内

 【氏名】 田中 和佳

【特許出願人】

 【識別番号】 000004237

 【氏名又は名称】 日本電気株式会社

【代理人】

 【識別番号】 100089875

 【弁理士】

 【氏名又は名称】 野田 茂

 【電話番号】 03-3266-1667

【手数料の表示】

 【予納台帳番号】 042712

 【納付金額】 21,000円

【提出物件の目録】

 【物件名】 明細書 1

 【物件名】 図面 1

 【物件名】 要約書 1

 【包括委任状番号】 9715179

【プルーフの要否】 要

【書類名】 明細書

【発明の名称】 ネットワークマーケティングビジネス方法

【特許請求の範囲】

【請求項 1】 製品を販売する企業体においてその製品の製造・販売に先立ち市場の要求する製品の色、形、大きさに関するサンプルデータをあらかじめネットワークに接続されたサーバのホームページに掲載する第 1 ステップと、

上記ネットワークに接続されて上記ホームページをアクセスする閲覧ソフトウェアが搭載された顧客のパーソナルコンピュータで上記ホームページをアクセスしたアクセス頻度に応じた色、形、大きさなどの製品開発を行った上でその製品を市場で販売する第 2 ステップと、

を備えることを特徴とするネットワークマーケティングビジネス方法。

【請求項 2】 上記第 2 ステップは、上記顧客のパーソナルコンピュータでターゲットとする顧客の年齢、地域、性別のそれぞれのアクセス頻度に応じた色、形、大きさの製品開発を行った上でその製品をそれぞれの市場で販売することを特徴とする請求項 1 記載のネットワークマーケティングビジネス方法。

【請求項 3】 上記サンプルデータは、製品の性能に関する場合に処理スピード、硬さ・柔らかさ、品質保持時間などを数字・文字によって表現されることを特徴とする請求項 1 または 2 記載のネットワークマーケティングビジネス方法。

【請求項 4】 製品を販売する企業体においてその製品の製造・販売に先立ち市場の要求する製品の色、形、大きさに関するサンプルデータをあらかじめネットワークに接続されたサーバからネットワーク上の電子メールの形で上記ネットワークに接続された顧客のパーソナルコンピュータに送付する第 1 ステップと、

上記電子メールを受信した顧客から上記サーバへの上記サンプルデータに対する回答における選択頻度に応じた色、形、大きさに基づく製品開発を行った上でその製品を市場で販売する第 2 ステップと、

を備えることを特徴とするネットワークマーケティングビジネス方法。

【請求項 5】 上記第 2 ステップは、上記電子メールを受信した顧客から上

記サーバへの上記サンプルデータに対する回答における選択頻度と顧客の年齢、地域、性別に応じた色、形、大きさの製品開発を行った上でその製品をそれぞれの市場で販売することを特徴とする請求項 4 記載のネットワークマーケティングビジネス方法。

【請求項 6】 上記サンプルデータは、製品の性能に関する場合に処理スピード、硬さ・柔らかさ、品質保持時間などを数字・文字によって表現されることを特徴とする請求項 4 または 5 記載のネットワークマーケティングビジネス方法。

【請求項 7】 製品を販売する企業体に対してその製品の製造・販売に先立ち該当企業のターゲット市場の要求する製品の色、形、大きさのサンプルデータをあらかじめネットワークに接続されたサーバのホームページに掲載する第 1 ステップと、

上記ネットワークに接続されて上記ホームページをアクセスする閲覧ソフトウェアが搭載された顧客のパーソナルコンピュータで上記ホームページをアクセスしたアクセス頻度に応じた色、形、大きさ指向のデータベースを作成して、該当企業に対してこのデータベースを販売する第 2 ステップと、

を備えることを特徴とするネットワークマーケティングビジネス方法。

【請求項 8】 上記第 2 ステップは、上記ネットワークに接続されて上記ホームページをアクセスする閲覧ソフトウェアが搭載されたパーソナルコンピュータで上記ホームページをアクセスしたターゲットとする顧客の年齢、地域、性別のそれぞれのアクセス頻度に応じた色、形、大きさのデータベースを作成して、該当企業に対してこのデータベースを販売することを特徴とする請求項 7 記載のネットワークマーケティングビジネス方法。

【請求項 9】 上記サンプルデータは、製品の性能に関する場合に処理スピード、硬さ・柔らかさ、品質保持時間などを数字・文字によって表現されることを特徴とする請求項 7 または 8 記載のネットワークマーケティングビジネス方法。

【請求項 10】 製品を販売する企業体に対してその製品の製造・販売に先立ち該当企業のターゲット市場の要求する製品の色、形、大きさのサンプルデー

タをあらかじめネットワークに接続されたサーバからネットワーク上の電子メールの形で上記ネットワークに接続された顧客のパーソナルコンピュータに送付する第 1 ステップと、

上記電子メールを受信した顧客から上記サーバへの上記サンプルデータに対する回答における選択頻度に応じた色、形、大きさの指向のデータベースを作成して、該当企業に対してこのデータベースを販売する第 2 ステップと、

を備えることを特徴とするネットワークマーケティングビジネス方法。

【請求項 1 1】 上記第 2 ステップは、上記電子メールを受信した顧客から上記サーバへの上記サンプルデータに対する回答における選択頻度に顧客の年齢、地域、性別のそれぞれのアクセス頻度に応じた色、形、大きさのデータベースを作成して、該当企業に対してこのデータベースを販売することを特徴とする請求項 1 0 記載のネットワークマーケティングビジネス方法。

【請求項 1 2】 上記サンプルデータは、製品の性能に関する場合に処理スピード、硬さ・柔らかさ、品質保持時間などを数字・文字によって表現されることを特徴とする請求項 1 0 または 1 1 記載のネットワークマーケティングビジネス方法。

【発明の詳細な説明】

【0 0 0 1】

【発明の属する技術分野】

この発明は、製品を販売する企業体に対して、その製造・販売に先立ち、該当企業のターゲット市場の要求する製品のマーケティング情報をあらかじめインターネットなどのネットワーク上のホームページにそれぞれのサンプルデータとして掲載し、該当企業のアクセスの頻度などに応じて製品の開発を行って販売するか、あるいはデータベースの作成を行って該当企業に販売するようにしたネットワークマーケティングビジネス方法に関する。

【0 0 0 2】

【従来の技術】

従来、企業体が製品を開発して販売するに際して、製品開発は限られた範囲での顧客サンプル、たとえば、サンプルされた顧客数名、または以前に製品を購入

した顧客への製品の満足度の問合せに対する回答によってのみ、製品に色、形、あるいは大きさなどを製造・販売する企業側の推測に基づいて開発、販売しているのが実状である。

しかし、この方法で製品開発・販売を行うと、ターゲットとする市場の全体像を確実に把握することができず、とにかく企業の身勝手な推測に基づいた製品展開となっていた。

【 0 0 0 3 】

【発明が解決しようとする課題】

一方、インターネットホームページを用いたマーケティングビジネス方法として、製品の色、形などがある既成製品をベースにユーザに選択させ、その色、形で既製品として納入する形態が挙げられる。

このビジネスの形態の場合には、あらかじめ、色または形を特定して生産することができず、大量に製品を生産し、コストを削減するビジネスには向いていないという課題がある。

【 0 0 0 4 】

この発明は、上記従来課題を解決するためになされたもので、市場で要求される確度の高い製品を製造することができ、市場で素早く販売することができ、機種によって製造過多になることや、市場での反応の悪さの発生原因を克服することができるネットワークマーケティングビジネス方法を提供することを目的とする。

【 0 0 0 5 】

また、この発明は、市場で要求される確度の高い製品のデータ、製造過多になる要因回避用データ、および市場での反応の悪さの発生要因の回避用データを価値の高い情報データとして得ることができ、販売対象とすることができるネットワークマーケティングビジネス方法を提供することを目的とする。

【 0 0 0 6 】

【課題を解決するための手段】

上記目的を達成するために、この発明のネットワークマーケティングビジネス方法は、製品を販売する企業体においてその製品の製造・販売に先立ち市場の要

求する製品の色、形、大きさに関するサンプルデータをあらかじめネットワークに接続されたサーバのホームページに掲載する第1ステップと、上記ネットワークに接続されて上記ホームページをアクセスする閲覧ソフトウェアが搭載された顧客のパーソナルコンピュータで上記ホームページをアクセスしたアクセス頻度に応じた色、形、大きさなどの製品開発を行った上でその製品を市場で販売する第2ステップとを備えることを特徴とする。

【0007】

そのため、製品を販売する企業体が製品の製造・販売に先立ち、あらかじめ市場の要求する製品の色、形、大きさに関するサンプルデータをサーバのホームページに掲載しておき、このホームページを顧客のパーソナルコンピュータでアクセスして閲覧した頻度に応じた色、形、大きさなどに基づいて製品開発を行い、その製品を市場で販売するようにしたので、市場で要求される確度の高い製品を製造することができ、市場で素早く販売することができ、機種によって製造過多になることや、市場での反応の悪さの原因を克服することができる。

【0008】

また、この発明のネットワークマーケティングビジネス方法は、製品を販売する企業体においてその製品の製造・販売に先立ち市場の要求する製品の色、形、大きさに関するサンプルデータをあらかじめネットワークに接続されたサーバからネットワーク上の電子メールの形で上記ネットワークに接続された顧客のパーソナルコンピュータに送付する第1ステップと、上記電子メールを受信した顧客から上記サーバへの上記サンプルデータに対する回答における選択頻度に応じた色、形、大きさに基づく製品開発を行った上でその製品を市場で販売する第2ステップとを備えることを特徴とする。

【0009】

そのため、製品を販売する企業体が製品の製造・販売に先立ち、あらかじめまず市場の要求する製品の色、形、大きさに関するサンプルデータをサーバから顧客のパーソナルコンピュータに電子メールの形で送付すると、この電子メールを受け取った顧客からサーバにサンプルデータに対する回答を送信し、その回答における選択頻度に応じた色、形、大きさに基づいて製品を開発して、市場で販売

するようにしたので、市場で要求される確度の高い製品を製造することができ、市場で素早く販売することができ、機種によって製造過多になることや、市場での反応の悪さの原因を克服することができる。

【 0 0 1 0 】

さらに、この発明のネットワークマーケティングビジネス方法は、製品を販売する企業体に対してその製品の製造・販売に先立ち該当企業のターゲット市場の要求する製品の色、形、大きさのサンプルデータをあらかじめネットワークに接続されたサーバのホームページに掲載する第1ステップと、上記ネットワークに接続されて上記ホームページをアクセスする閲覧ソフトウェアが搭載された顧客のパーソナルコンピュータで上記ホームページをアクセスしたアクセス頻度に応じた色、形、大きさ指向のデータベースを作成して、該当企業に対してこのデータベースを販売する第2ステップとを備えることを特徴とする。

【 0 0 1 1 】

そのため、製品を販売する企業体に対してその製品の製造・販売に先立ち、あらかじめ該当企業のターゲット市場で要求する製品の色、形、大きさのサンプルデータをサーバのホームページに掲載しておき、このホームページを顧客のパーソナルコンピュータがアクセスすると、そのアクセス頻度に応じて、サーバで色、形、大きさ指向のデータベースを作成し、その作成したデータベースを該当企業に対して販売するようにしたので、市場で要求される確度の高い製品のデータ、製造過多になる要因回避用データ、および市場での反応の悪さの発生要因の回避用データを価値の高い情報データとして得ることができ、販売対象とすることができる。

【 0 0 1 2 】

また、この発明のネットワークマーケティングビジネス方法は、製品を販売する企業体に対してその製品の製造・販売に先立ち該当企業のターゲット市場の要求する製品の色、形、大きさのサンプルデータをあらかじめネットワークに接続されたサーバからネットワーク上の電子メールの形で上記ネットワークに接続された顧客のパーソナルコンピュータに送付する第1ステップと、上記電子メールを受信した顧客から上記サーバへの上記サンプルデータに対する回答における選

択頻度に応じた色、形、大きさの指向のデータベースを作成して、該当企業に対してこのデータベースを販売する第2ステップとを備えることを特徴とする。

【0013】

そのため、製品を販売する企業体に対してその製品の製造・販売に先立ち、あらかじめ該当企業のターゲット市場の要求する製品の色、形、大きさのサンプルデータをサーバからネットワーク上の電子メールの形で顧客のパーソナルコンピュータに送信する。

電子メールを受信した顧客は顧客のパーソナルコンピュータを使用してサンプルデータに対する回答をサーバに返信すると、サーバでは顧客からの回答におけるサンプルデータの選択頻度に応じて色、形、大きさの指向のデータベースを作成し、この作成したデータベースを該当企業に対して販売するようにしたので、市場で要求される確度の高い製品のデータ、製造過多になる要因回避用データ、および市場での反応の悪さの発生要因の回避用データを価値の高い情報データとして得ることができ、販売対象とすることができる。

【0014】

【発明の実施の形態】

次に、この発明によるネットワークマーケティングビジネス方法の実施の形態について図面に基づき説明する。

図1はこの発明によるネットワークマーケティングビジネス方法の第1実施の形態に適用される電子商取引システムの構成を示すブロック図である。

この図1において、ホームページを構成するサーバ1は広域のネットワークまたはインターネット2に接続されている。

【0015】

このホームページに該当企業のターゲット市場の要求する該当製品に関する情報、すなわち、この該当製品に色、形、大きさなどのサンプルデータ4が搭載されている。

また、インターネット2には、多数の顧客が使用するパーソナルコンピュータ3, 7, 8（以下、パソコンという）が接続されている。

これらのパソコン3, 7, 8には、それぞれサーバ1に搭載されたホームペー

ジをアクセスするための閲覧ソフトウェアが搭載されている。

【0016】

また、サーバ1には、パソコン3, 7, 8によってアクセスされたホームページの閲覧情報を集積して、集積データ5として格納しておくデータベースを備えている。

さらに、この集積データ5から製品開発・販売に必要なデータを構築した販売可能な状態とした販売データ6として格納しておくデータベースもこのサーバ1に備えられている。

なお、図1では、パソコン3, 7, 8は図示ならびに説明を簡略にするために、3台が示されているが、実際の運用においては、遥かに大きな台数が使用されている。

【0017】

サンプルデータ4には、該当製品のユーザである顧客に直接アピールする機能、性能、仕様のデータが画像または文字の形で蓄積されている。

これらの機能、性能、仕様が目に見える物であれば、画像によって色、形、大きさなどが表現される。

また、これらの機能、性能、仕様が性能であれば、処理スピード、硬さ・柔らかさ、品質保持期間などが数字・文字によって表現されている。

これらのデータは、サーバ1において、該当企業のホームページまたはマーケティング対象の製品のホームページにリンクされ、これらのホームページをパソコン3, 7, 8がそれぞれに搭載されているホームページを閲覧することのできるソフトウェアによりアクセスすることによってサンプルデータ4を閲覧できるように構成されている。

【0018】

次ぎに、この図1に示した電子商取引システムに適用されたこの発明によるネットワークマーケティングビジネス方法の第1実施の形態の動作について説明する。

サーバ1はインターネット2または広域のネットワークに接続され、一方、ホームページを閲覧することのできるソフトウェアを搭載したパソコン3, 7, 8

も同様にインターネット2または広域のネットワークに接続されている。

【0019】

パソコン3, 7, 8に搭載された閲覧ソフトウェアにより閲覧されたサーバ1上のホームページにリンクするサンプルデータがアクセスされた場合、そのアクセス頻度あるいはアクセスログは蓄積データ5に順次蓄積されていく。

このようにして、蓄積されたデータは図2に示すように、そのカテゴリに応じてアクセス頻度の形でデータが順次構成される。

【0020】

この図2の例においては、サンプルデータ4として、カテゴリは色、形、大きさの大分類で用意される。

小分類として色について、赤、青が割り当てられ、また、形について丸（「○」）、四角（「□」）が割り当てられ、大きさについて、「大」、「小」が割り当てられている。

パソコン3, 7, 8のホームページ閲覧およびその集積によって図2のようにアクセス頻度が累積されていく。

この累積の結果は、集計として、色に関して大分類の「赤」は「3」、「青」は「0」、形に関しての「丸」は「2」、「四角」は「1」、大きさに関しての「大」は「1」、「小」は「2」の場合が例示されている。

【0021】

また、それぞれのパソコン3, 7, 8のユーザの個人情報、すなわち、性別、年齢、居住地域などはあらかじめサーバ1に登録されていて、図2のそれぞれのパソコン3, 7, 8の欄（図中、PC3, PC7, PC8で示されている）にリンクされる。

なお、この図2において、パソコン3, 7, 8の個人情報として、それぞれ「A」、「B」、「C」で示されている。

実際の運用においては、インターネット2あるいは広域ネットワークに接続されるパソコンの数は膨大であるために、各パソコンのホームページの閲覧およびその集積によるアクセス頻度の累積数値は膨大となる。

【0022】

この結果による図2の場合の集計のデータは、販売データ6として様々な形として該当企業に販売されることになる。

図3は上記のような集積データから製品開発・販売に必要なデータを構築して、販売可能な状態とした販売データ6の例を示したものであり、色、形について具体的に示している。すわわち、

「該当製品の市場で求められている色は赤である。」、

「該当製品の市場で求められている形は丸である。」、

「該当製品の市場で求められている色と形は赤で丸である。」、

「該当製品のAの個人情報をもつ市場で求められる色・形状は赤で四角である。」、
などである。

【0023】

このような形で生成された販売データ6は該当製品が市場に出る前にエンドユーザがその好みによって集積されたデータであるための確度が高く、その指定した機能・概観などが市場に投入することになるために、素早く市場に販売することができ、これまで機種によって生産過剰や、市場での反応の悪さを克服することができる。

また、そのような販売データ6は、市場に根ざしているため、情報データとしての価値が高く、販売の対象となり得る。

【0024】

つまり、この発明による第1実施の形態では、ホームページでのあらかじめ提示された複数のサンプルデータ4からユーザが何らのストレスもなく選択することによって、さらにより正確な市場サンプリングができるとともに、そのアクセス頻度が市場規模の推測にも確実に結び付くという効果がある。

また、サーバ1のホームページに掲載されているサンプルデータ4がより大きな知名度を持つホームページへのリンクを張ることにより、さらに正確なマーケティングができるとともに、ある企業が独自で行うよりもより効率的にマーケティングができる。

さらに、あらかじめ、色、形または大きさを特定して生産および生産数量を制

御できるため、生産しすぎたり、ヒットの有無に左右されずに、開発・生産することが可能となる。

【 0 0 2 5 】

【発明の効果】

以上のように、この発明のネットワークマーケティングビジネス方法によれば、製品を販売する企業体が製品の製造・販売に先立ち、あらかじめ市場の要求する製品の色、形、大きさに関するサンプルデータをサーバのホームページに掲載しておき、このホームページを顧客のパーソナルコンピュータでアクセスして閲覧した頻度に応じた色、形、大きさなどに基づいて製品開発を行い、その製品を市場で販売するようにしたので、市場で要求される確度の高い製品を製造することができ、市場で素早く販売することができ、機種によって製造過多になることや、市場での反応の悪さの原因を克服することができる。

【 0 0 2 6 】

また、この発明のネットワークマーケティングビジネス方法によれば、製品を販売する企業体が製品の製造・販売に先立ち、あらかじめ市場の要求する製品の色、形、大きさに関するサンプルデータをサーバから顧客のパーソナルコンピュータに電子メールの送信に対して、顧客からサーバにサンプルデータに対する回答における選択頻度に応じた色、形、大きさに基づいて製品を開発して、市場で販売するようにしたので、市場で要求される確度の高い製品を製造することができ、市場で素早く販売することができ、機種によって製造過多になることや、市場での反応の悪さの原因を克服することができる。

【 0 0 2 7 】

さらに、この発明のネットワークマーケティングビジネス方法によれば、製品を販売する企業体に対してその製品の製造・販売に先立ち、あらかじめ該当企業のターゲット市場で要求する製品の色、形、大きさのサンプルデータをサーバのホームページに掲載しておき、このホームページを顧客のパーソナルコンピュータがアクセスすると、そのアクセス頻度に応じて、サーバで色、形、大きさ指向のデータベースを作成し、その作成したデータベースを該当企業に対して販売するようにしたので、市場で要求される確度の高い製品のデータ、製造過多になる

要因回避用データ、および市場での反応の悪さの発生要因の回避用データを価値の高い情報データとして得ることができ、販売対象とすることができる。

【 0 0 2 8 】

また、このネットワークマーケティングビジネス方法によれば、製品を販売する企業体に対してその製品の製造・販売に先立ち、あらかじめ該当企業のターゲット市場の要求する製品の色、形、大きさのサンプルデータをサーバからネットワーク上の電子メールの形で顧客のパーソナルコンピュータに送信し、顧客からのサンプルデータに対する回答サンプルデータの選択頻度に応じて色、形、大きさの指向のデータベースを作成し、この作成したデータベースを該当企業に対して販売するようにしたので、市場で要求される確度の高い製品のデータ、製造過多になる要因回避用データ、および市場での反応の悪さの発生要因の回避用データを価値の高い情報データとして得ることができ、販売対象とすることができる。

【図面の簡単な説明】

【図 1】

この発明によるネットワークマーケティングビジネス方法の第 1 実施の形態が適用される電子商取引システムの構成を示すブロック図である。

【図 2】

この発明によるネットワークマーケティングビジネス方法の第 1 実施の形態によりパソコンでアクセスされたサーバのホームページの閲覧情報をデータベースに格納しておく集積データの一例を示す説明図である。

【図 3】

図 2 に示す集積データから製品開発・販売に必要なデータを構築して販売可能な状態とした販売データの一例を示す説明図である。

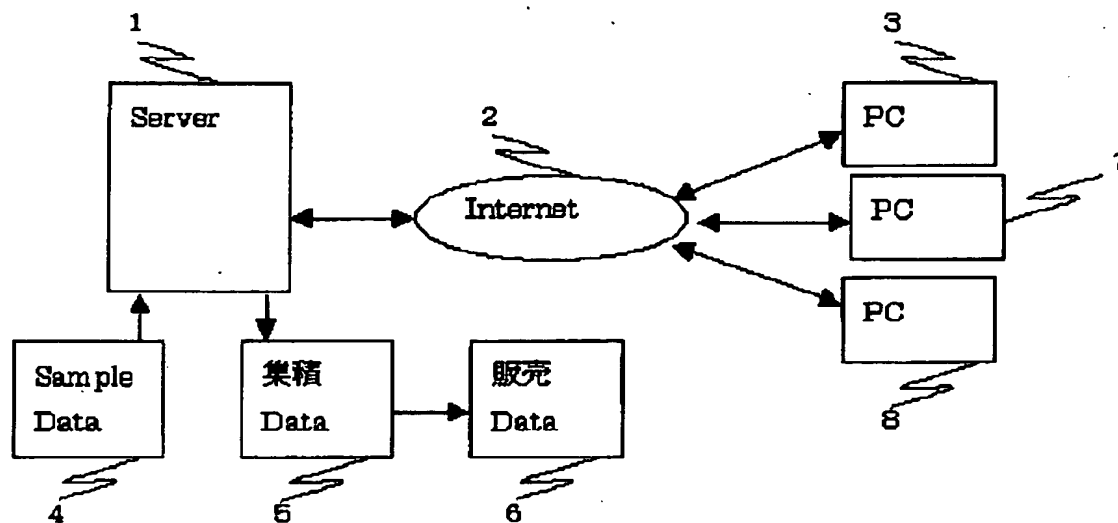
【符号の説明】

1 ……サーバ、 2 ……インターネット、 3、 7、 7 ……パソコン、 4 ……サンプルデータ、 5 ……集積データ、 6 ……販売データ。

【書類名】

図面

【図 1】



【図 2】

| カテゴリ | 個人情報 | 色 | | 形 | | 大きさ | |
|------|------|---|---|---|----|-----|---|
| | | 赤 | 青 | 丸 | 四角 | 大 | 小 |
| PC 3 | A | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| PC 7 | B | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| PC 8 | C | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| 集計 | — | 3 | 0 | 2 | 1 | 1 | 2 |

【図 3】

該当製品の市場で求められる色は赤である。

該当製品の市場で求められる形は丸である。

該当製品の市場で求められる色と形は赤で丸である。

該当製品の A の個人情報を持つ市場で求められる色・形は赤で四角である。

【書類名】 要約書

【要約】

【課題】 市場で要求される確度の高い製品を製造でき、市場で素早く販売され、機種によって製造過剰、市場での反応の悪さの発生原因を克服することができるネットワークマーケティングビジネス方法を提供すること。

【解決手段】 製品を販売する企業体において、その製品の製造・販売に先立ち、市場の要求する製品の色、形、大きさに関するサンプルデータ4をあらかじめインターネット2に接続されているサーバ1のホームページに掲載し、インターネット2に接続され、ホームページをアクセスする閲覧ソフトウェアを搭載した顧客のパソコン3、7、8でホームページをアクセスしたアクセス頻度に応じた色、形、大きさなどの製品開発を行った上、その製品を市場で販売する。

【選択図】 図1

出 願 人 履 歴 情 報

識別番号 [0 0 0 0 0 4 2 3 7]

1. 変更年月日 1 9 9 0 年 8 月 2 9 日

[変更理由] 新規登録

住 所 東京都港区芝五丁目 7 番 1 号

氏 名 日本電気株式会社